

1	2	3	4	5	6	7	8
5.	O. Volkova [8]	2009	X	X		X	X
6.	D. Pelihov [9]	2008		X		X	X
7.	I. Alekseyeva[4]	2010	X	X		X	X
8.	E. K. Hershberger T. Osmonbekov N. Donthu [10]	2001			X	X	
9.	T. Ambler F. Kokkinaki S. Puntoni D. Riley [11]	2001			X	X	X
10	D. Grewal, G. R. Iyer W. A. Kamakura A. Mehrotra A. Sharma [12]	2004			X	X	X
11	M. Thomas [13]	2000				X	X
12	M. Pont R. Shaw [14]	2003					X

In conclusion, the comprehensive framework of marketing audit should include five major components:

- Marketing Strategy Audit
- Marketing Practices or Function Audit
- Marketing Environment Review
- Marketing Results Assessment
- Benchmarking Marketing Performance

This study shows that none of the existing marketing audit frameworks contains all these components (See Table 1). Therefore, the future research might be directed towards developing a comprehensive marketing audit framework that will include all these five mandatory components.

**References:** 1. *Shaw, E.* (1987), «Marketing efficiency and performance: an historical analysis», in Nevett, T., Hollander, S.C. (Eds), *Marketing in Three Eras: Proceedings of the Fourth Marketing History Conference*, Michigan State University, Lansing, MI, pp.181-200. 2. *Taghian, M./Shaw, R.* (1998): *The Marketing Audit and Business Performance: A Review and Research Agenda*, Proceedings of the Australian and

New Zealand Marketing Academy Conference, University of Otago, Dunedin/NZ, pp. 2557-2571. 3. *Taghian, M./Shaw, R.* (2002): *The Marketing Audit and Business Performance: An Empirical Study of Large Australian Companies*, Proceedings of the Australian and New Zealand Marketing Academy Conference, Deakin University, Geelong/Victoria, pp. 3151-3157. 4. *Алексеева И.В.* Теоретико-методологические основы стратегического маркетингового аудита коммерческой организации – «Современные наукоемкие технологии», № 2, 2010 – С. 132-135. 5. *Philip Kotler, William Gregor and William Rodgers* (1977), «The Marketing Audit Comes of Age», *Sloan Management Review*, Winter, 25-44. 6. *Wu Wann-Yih, Fu Chen-Su* (2009), «Services Officer Cognitions Toward Marketing Planning: A Hierarchical Cognition of Marketing Audit Model» *African Journal of Business Management* Vol. 3 (6), pp. 260-267, June 2009. 7. *F. Choueifaty* (2008), «A Paradigm Shifting in the Marketing Management Concept. An Introduction to the Marketing Audit Process», *Pertinence, Editions De l'Universite Antonine*, pp. 181-190. 8. *Волкова О.А.*, Теоретические основы аудита маркетинговой деятельности – Казанская наука. №1. – Казань: Изд-во Казанский Издательский Дом, 2009 – С. 143-149. 9. *Пелихов Д.М.*, Оценка эффективности маркетинга предприятия – «Труды Вольного экономического общества России», 2008 – С. 194-198. 10. *Hershberger, E.K., Osmonbekov, T. and N. Donthu* (2001): *Benchmarking Marketing Performance*, Working Paper, January 21st 2001, Georgia State University. 11. *Tim Ambler, Flora Kokkinaki, Stefano Puntoni, Debra Riley* (2001), «Assessing Market Performance: The Current State of Metrics», *Center for Marketing Working Paper No. 01-903*, London Business School. 12. *Grewal, Dhruv, Gopalkrishnan R. Iyer, Wagner A. Kamakura, Anuj Mehrotra and Arun Sharma* (2004), «Evaluation of Subsidiary Marketing Performance: Combining Process and Outcome Performance Metrics», *Journal of the Academy of Marketing Science*, 37, 2, 117-129. 13. *Thomas, M.J.*, (2000) *Marketing Performance Measurement*, *Journal of Targeting, Measurement for Marketing*, Vol. 9. No. 1., 70-91. 14. *Pont, M., Shaw, R.* (2003), «Measuring marketing performance: a critique of empirical literature», paper presented at the ANZMAC Conference.

Поступила в редколлегию 17.03.10

#### УДК 330.341.1

**В.Д. ИВАНИЦКИЙ**, канд. техн. наук, доц., НТУ «ХПИ»,  
**О.Л. СЕМЕНЮК**, преподаватель-стажер, НТУ «ХПИ»

#### ОБОБЩЕННАЯ СТРАТЕГИЯ ИНВЕСТИЦИОННО-ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ УКРАИНЫ

В статье исследованы различия между процессами экономического роста и социально развития и установлено, что пределы роста обычно экзогенны и могут быть расширены за счет привлечения внешних инвестиций. Пределы

развития эндогенны и поэтому для их расширения необходимы инновации. Предложена обобщенная стратегия роста и развития Украины, базирующаяся на принципе опоры на собственные силы.

In article distinctions between processes of economic growth and socially developments are investigated and is established that growth limits usually acsogenny and can be expanded at the expense of attraction of external investments. Development limits andogennyand consequently are necessary for their expansion for an innovation. The generalised strategy of growth and development of Ukraine, based on a support principle on own forces is offered.

В данной работе рассмотрена проблема экономических процессов роста и развития. Их влияния на стратегию разрабатываемую для дальнейшего функционирования экономики Украины.

Проведенный анализ информационных источников показал, что в современной экономической литературе недостаточно четко определяется содержание базовых понятий, относящихся к росту, развитию, инвестициям и инновациям. В Украине такой проблематикой занимаются Семиноженко В.П., Геец В.М. и другие авторы, а также представители зарубежной научной среды: Фатхутдинов Р.А., Акофф Р.

Целью исследования является изучение процессов экономических изменений, которые необходимо учитывать при разработке стратегии в ракурсе инвестиционно-инновационной политики государства.

Для успешного преодоления последствий промышленного кризиса в Украине необходимо не только продолжить реализацию программы социально-экономического развития страны [1], но и обеспечить более высокий уровень концептуальной и теоретической базы обоснования стратегии развития, включив в нее новые геоэкономические ориентиры и социальные стандарты.

Важная роль в разработке и осуществлении общенациональной Программы социально-экономического развития отведена Харьковскому региону как крупнейшему научно-производственному и инновационному центру Украины, являющемуся к тому же партнером многих международных и трансграничных проектов.

Следует отметить необходимость повышения научной обоснованности этапов стратегии и объемов привлекаемых инвестиционных и инновационных ресурсов. Для этого необходимо совершенствование понятийного аппарата, в первую очередь процессов роста и развития как

экономических категорий, а также различия между инвестиционными и инновационными ресурсами [2.3].

Проделанный анализ соответствующей литературы показал отсутствие единой точки зрения на указанные процессы и широкий разброс трактовки их экономического содержания. Поэтому первой задачей авторы ставят логико-понятийной анализ используемой терминологии, а второй – применение предложенной терминологии для обоснования и разработки рекомендаций по уточнению стратегии социально-экономического развития харьковского региона.

### **1. Процессы роста и развития.**

Рост и развитие – мы не рассматриваем как синонимы, т.к. рост может происходить вместе с развитием или при его отсутствии. Рост это, строго говоря, увеличение размеров или числа [4].

Развиваться – значит увеличивать способность и желание удовлетворить собственные потребности и законные потребности других. Законное желание – это желание, выполнение которого не препятствует развитию кого-либо другого. Развитие – это увеличение способностей и компетенций, т.е. изменение внутренних качеств (свойств). Чем более развита система, тем менее она ограничена ресурсами.

Недостаток ресурсов может ограничить рост, но не развитие. Ограничение роста общества или корпорации обычно заложено в их окружении, но главные ограничения ее развития содержатся в них самих. Пределы роста экзогенны, лежат вне системы; пределы развития – эндогенны, заложены в ней самой. Рост – предполагает гомогенность элементов, развитие – гетерогенность элементов. Отсюда и следует вывод о многомерности системы и показателей эффективности ее функционирования.

Итак, рост характеризует изменения тактического уровня, а развитие характеризует изменения стратегического более общего уровня. В то же время, процессы развития не являются независимыми от процессов роста. Следовательно, некоторые этапы роста могут сопровождаться развитием, которое в этом случае понимается как тактический результат. Понятие «развитие» будет использоваться нами в стратегическом смысле и характеризовать общее направление изменений предприятия. Отметим, что жизненный цикл предприятия может завер-

шаться как его ликвидацией, так и переходом к новому, более высокому жизненному циклу, как показано на рисунке 1. Такой переход происходит в точке бифуркации и может быть обеспечен системой концептуального контроллинга, описанной ранее [5].

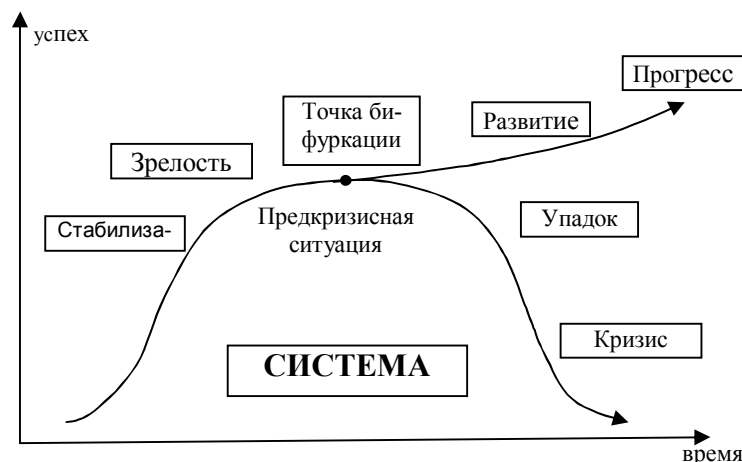


Рисунок 1 – Схема пиклического онтогенеза системы

Чтобы объяснить многозначность понятия роста, используем аналогию с природными процессами, в которых различают два типа: недифференцированный рост и органический, или дифференцированный.

Органический рост предполагает и развитие. Он связан с процессом дифференциации, при котором, например, различные группы клеток начинают различаться по структуре и функциям. В процессе развития организма они «специализируются» в зависимости от принадлежности к различным органам.

При этом можно выделить следующие отличительные черты органического развития:

1. системное взаимозависимое развитие, когда ни одна часть (подсистема) не растет в ущерб другим; прогрессивные перемены в какой-либо одной части получают реальный смысл, только если им соответствуют прогрессивные процессы в других частях;

2. многоаспектное развитие, отвечающее потребностям различных частей системы, – поэтому разные регионы мира будут обязательно развиваться по-разному; к тому же процессы развития будут со временем изменять свой характер;

3. особо важно качество развития, причем непреложно признается его направленность на обеспечение благосостояния людей.

Отметим, что нынешние тенденции мирового социально-экономического развития не обладают в полной мере теми особенностями, которые присущи природному органическому росту.

Мировая экономика представляет собой комплексную систему, под которой понимают совокупность взаимозависимых национальных и транснациональных подсистем, а не множество независимых элементов. Поэтому для макроэкономического развития необходим системный подход, который будет осуществляться в Украине в форме Государственной программы и общенациональной стратегии, опирающиеся на инвестиционные и инновационные ресурсы.

## 2. Инновации и инвестиции.

Эти весьма широкие понятия нуждаются в уточнении, проделанном например в материалах автора в области инноваций Р.А. Фатхутдинова [6] и в исследованиях коллектива ученых НТУ «ХПИ»: Перервы П.Г., Вороновского Г.К., Меховича С.А., Погорелова Н.И.

Одни авторы рассматривают инновации как новшество, новообразование, нововведение. Другие авторы рассматривают процесс инноваций как изменение системы. Однако, процесс количественных изменений двуслоен – как уменьшение, так и увеличение некоторых показателей. А вот инновации – это знакоопределенный процесс, который не может убывать. Инновация это изменение в сторону улучшения, как считают такие авторы как Валента Ф., Водачек Л. и другие. Иногда встречается в литературе расчленение понятия инновации как процесса, включающего в себя этапы внедрения, преобразования или комплекс действий, который приводит к удовлетворению потребности.

Более точно определяет понятие «инновации» Р.А. Фатхутдинов [6], рассматривая их как конечный результат внедрения новшества с целью изменения объекта управления и получения экономического,

социального, экологического, научно-технологического или другого вида эффекта. Мы согласны с этим определением.

Инвестиции также являются многоаспектным понятием. В литературе понятие инвестиций рассматривается с нескольких различных точек зрения. По определению финансовых аналитиков, инвестиции – это все виды активов (средств), вкладываемых в хозяйственную деятельность в целях получения дохода. Экономическое определение инвестиций можно сформулировать следующим образом: это расходы на создание, расширение, реконструкцию и техническое перевооружение основного капитала, а также на связанные с этим изменения оборотного капитала.

С точки зрения осуществления, инвестиции – это хозяйственная деятельность, которая предусматривает приобретение основных фондов, нематериальных активов, корпоративных прав и ценных бумаг в обмен на деньги или имущество. Понятийные различия между инновациями и инвестициями иллюстрируются рисунком 2.

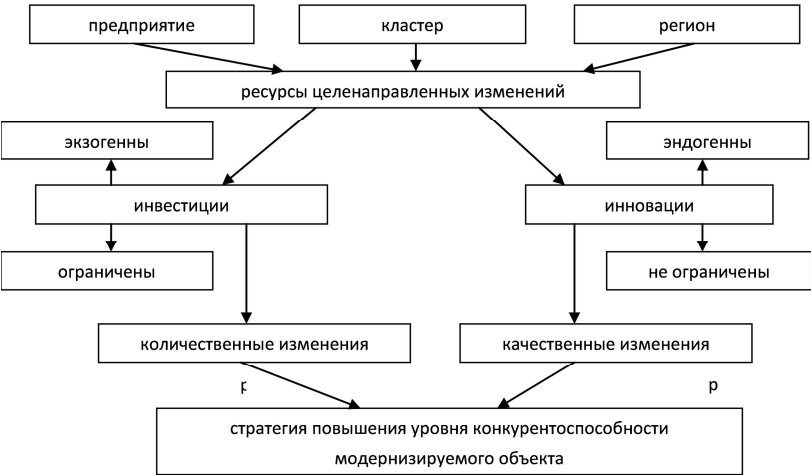


Рисунок 1 Логико-структурная схема основных понятий.

На этом же рисунке нами введено понятие обобщенной стратегии, которая направлена на повышение ценности или конкурентоспо-

собности рассматриваемого объекта и обеспечивается почитанием как экономического роста, так и социально развития. Ресурсами такой обобщенной стратегии выступают как инвестиции, так и инновации, понимаемые в указанном выше смысле

3. Обобщенная стратегия.

Понятие стратегии имеет достаточно сложное экономическое содержание, структура которого иллюстрируется диаграммой, приведенной на рисунке 3.

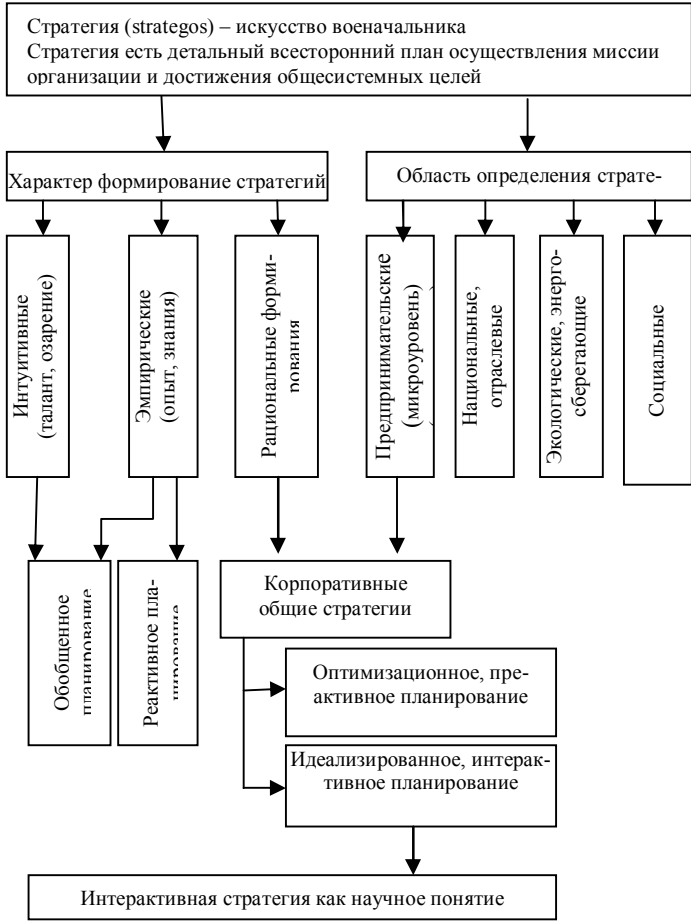


Рисунок 3 – Семантическая структура понятия «стратегия».

Ранее было показано, что понятие стратегии понимается как результат определенного типа планирования. Для обеспечения целей социально-экономического развития объекта (предприятия или региона) наиболее предпочтителен тип планирования, которое Р.Акофф предложил называть интерактивным или идеализированным проектированием [4]. Введенное нами понятие обобщенной стратегии как раз и соответствует концепции идеализированного идеализируемого проектирования, при котором используется не ресурсный, а телеологический подход. Это означает формулировку общей цели социально-экономического развития, например, повышение благосостояния страны либо региона в целом. А затем выискивают либо привлекают инвестиционные ресурсы, необходимые для достижения этой цели. успешный пример такого телеологического подхода демонстрирует успешно развивающаяся экономика Китая, влекущая за собой повышение жизненного уровня народа. Учитывая достигнутые успехи Китая, мы считаем, что для посткризисного развития Украины в наибольшей степени целесообразна обобщенная стратегия роста и развития, которая привлекает внешние инвестиции, но использует внутренний собственный и довольно существенный инновационный потенциал.

В результате получены выводы, которые четко определяют основные понятия и составлена логико-структурная схема зависимостей данных понятий. Отмечено, как влияют процессы экономических изменений на стратегию функционирования экономики страны.

**Список литературы:** 1. Государственную программу социально-экономического развития Украины на 2010 год, 2010. 2. Семиноженко В.П. Украина: шлях до постіндустріальної цивілізації. – Х.: Константа, 2005. – 360 с. 3. Сприяння сталому економічному зростанню в Україні. За редакцією Штефана фон Крамона-Таубодела та І. Акімової. – Київ: «Альфа-Тринт», 2001. 4. Акофф Р. Планирование будущего корпораций. – М. «Прогрес», 1985. 5. Мищенко В.А., Иваницкий В.Д. Многомерный подход к созданию системы концептуального контроллинга. // 5-я международная конференция «Исследование и оптимизация экономических процессов»Оптимум-2006», ХПИ, Харьков, 2006. 6. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент: Учебник для вузов. 5-е изд. – СПб.: Питер, 2005. – 448 с.

Поступила в редколлегию 25.05.10

УДК: 658.155.3

В.І. КОВШИК, студ., НТУ «ХПІ»

### КОМПЛЕКСНИЙ ПІДХІД ДО ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ, ЩО Є СУБ'ЄКТАМИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

В статье рассматриваются возможности и проблемы внедрения на предприятиях, являющихся субъектами внешнеэкономической деятельности, систем управления затратами (процессно-ориентированное управление затратами, Direct costing, Target costing и др.) и специальных механизмов реализации и контроля за исполнением управленческих решений (примером является сбалансированная система показателей - Balanced Scorecard). Отмечается важность комплексного подхода к совершенствованию управления расходами. По результатам исследования, рекомендовано использование на предприятиях в сфере ВЭД процессно-ориентированного управления затратами и сбалансированной системы показателей.

The article examines the opportunities and problems of the implementation of cost management systems (Activity-Based costing, Direct costing, Target costing etc.) and special mechanisms of carrying out and control over the realization of managerial decisions (e.g. Balanced Scorecard) on enterprises which are subjects of foreign economic activity. An importance of an integrated approach to improving of cost management is noted. As a result of research it is recommended to use Activity-Based Costing and Balanced Scorecard on the enterprises in sphere of foreign economic activity.

В сучасних умовах конкуренція на внутрішніх та міжнародних ринках змушує компанії бути більш гнучкими, інтегрованими та використовувати новітні методи управління витратами з метою підвищення ефективності усіх видів діяльності, в тому числі зовнішньоекономічної (ЗЕД), яка є одним з найважливіших інструментів підвищення прибутковості та конкурентоспроможності підприємства за рахунок виходу на нові ринки збуту, залучення іноземних інвестицій, розширення виробництва. Однією з найважливіших конкурентних переваг підприємства є наявність збалансованої та ефективної системи управління витратами, їх оптимізації і мінімізації, що дозволяє максимально результативно використовувати ресурси компанії.

Різні аспекти вдосконалення управління витратами аналізували у своїх наукових роботах такі економісти, як М. Портер (M. Porter), Р. Каплан (Robert S. Kaplan), Р. Купер (R. Cooper), К. Друпі (C. Drury), Дж. Фостер (J. Foster), Г. Мюллер (G. Müller), Г.Б. Тітаренко, В.С. Моссаковський, С.Ф. Голов, А.Д. Шеремет, Г.Л. Багійєв та інші.